

‘우영우’ 경제효과 1조... ‘오징어게임’ 이상의 가치

시청률 1회 0.9%서 9회만에 15% 돌파 고공행진
제작비 10배 ↑ 수익... 넷플릭스·ENA 함박웃음
박은빈·강태오 주가 상승... PPL 시너지 효과
시즌제·IP 확장사업으로 파급효과 더 커질 듯

ENA 수목극 ‘이상한 변호사 우영우’ 열풍이 식지 않고 있다. 1회 시청률 0.9%(닐슨코리아 전국 유료가구 기준)로 시작해 9회만에 15%를 돌파했고, 세계 넷플릭스 TV쇼 부문 3위까지 올랐다. 최근 미국 CNN은 우영우가 세계적인 인기를 끌고 있다며 “제2의 오징어게임이 될 수 있다”고 내다봤다. 종방까지 2회만을 남겨뒀는데, 이미 경제적 파급효과는 1조원을 넘어선 것으로 추산됐다. 시즌제·지적재산권(IP) 확장 시 파급효과는 더욱 클 것이라는 전망이다.

◇경제효과 1조... 넷플릭스·ENA 함박웃음

제작사 에이스토리는 우영우의 경제적 파급효과를 1조원 이상으로 보고



‘이상한 변호사 우영우’ 드라마 촬영지인 경기도 수원시 팔달구 행궁동 ‘우영우 김밥’ 음식점 앞에 식사를 하거나 인증샷을 찍으려는 시민들로 붐비고 있다.



ENA 드라마 ‘이상한 변호사 우영우’에 등장한 경남 창원시 의창구 대산면 북부리 동부마을 팽나무가 큰 인기를 끌면서 관광객들의 발길이 이어지고 있다.

있다. 2020년 그룹 ‘방탄소년단’(BTS)이 한국 가수 최초로 미국 빌보드 싱글차트 ‘핫 100’에서 ‘다이너마이트’로 1위에 올랐을 때 경제효과와 비슷한 수준이다. 애초 우영우 제작비는 약 200억원으로 알려졌다. 3/4 정도다. 이미 제작비의 10배 이상을 벌어들인 것으로 알려졌다. 넷플릭스도 우영우 효과를 누리고 있다. 빅데이터 분석 플랫폼 모바일인덱스에 따르면 넷플릭스 앱 MAU는 지난달 1212만명을 기록했다. 6월(1117만명)보다 약 94만명 증가했다. 오징어게임 신드롬으로 지난해 10월 역대 최고치인 1288만명을 찍은 뒤 줄곧 감소하다 5개월 만에 반등했다. 이로 인한 수익만 해도 수백억원에 이를 것으로 예상된다.

ENA의 채널 인지도 상승 효과는 더욱 큰 것으로 분석됐다. 지난 4월 SKY TV와 미디어지니가 손잡고 재탄생한 지 3개월 여만에 지상파를 위협할 정도로 성장했다. ENA를 운영하는 KT스카이라이프는 연매출 1조클럽 달성을 노리고 있다. 올해 2분기(4-6월) 연결 기준 매출 2542억원, 영업이익 233억원을 기록했다. 전년 동기 대비 각각 45.2%, 0.4% 증가했다. 우영우 인기로 힘입어 광고수익은 분기 최대 실적인 153억원을 거뒀다. 한 방송 관계자는 “ENA는 1000억원 이상의 효과를 봤을 것”이라며 “우영우로 인해 채널 인지도가 상승했고, 드라마 중간광고는 물론 채널 전체 광고 단가도 올랐다. SK브로드밴드 계열 채널S가 아직 자리를 잡지 못한 것과 비교하면 큰 성과”라고 짚었다.

◇배우·PPL 시너지 효과

주역인 박은빈과 강태오의 몸값이 치솟고 있다. 박은빈은 우영우 인기로 인해 작품 출연·광고 모델료가 2배 이상 올랐다. 광고료는 연간 기준 2억원대에서 현재 4억원대까지 뛰었다고 전해졌다. 박은빈은 KGC인삼공사를 비롯해 한국주택금융공사, 화장품 ‘라타플랑’, 시계 ‘티쏘’ 등의 등의 모델로 활약 중이다. 기존에 박은빈을 모델로 쓴 브랜드는 매출 상승 효과를 누리고 있고, 다양한 업종에서 광고 러브콜이 쏟아지고 있다. 강태오도 데뷔 10년 만에 우영우로 빛을 발했다. 지난 4월 굿데이테크코퍼레이션에 따르면 강태오는 4주 연속 드라마 출연자 화제성 1위에 이름을 올렸다. 군인대를 앞두고 있지만, 광고계 블루칩으로 떠올랐다.

화장품 브랜드 ‘가히’를 만든 코리아테크도 홍보 효과를 톡톡히 봤다. 우영우의 유일한 제작 지원사다. 우영우는 매회 PPL이 등장했는데, 시청자가 눈치 채지 못할 정도로 자연스럽게 녹였다. ‘역지사리’ PPL이 없는 착한 드라마로 호평 받은 까닭이다. 11회에 가히 ‘링클바운스 멀티밤’이 PPL로 등장했을 때 실망한 시청자도 적지 않았으나, 더욱 주목 받는 계기가 됐다. 애초 주인공인 ‘우영우’(박은빈)가 가히 멀티밤을 바르는 것을 논의했지만, ‘자폐스펙트럼을 앓는 변호사가 화장한다’는 설정이 맞지 않아 바꿨다. 결국 동료 변호사 ‘최수연’(하윤경)과 친구 ‘동그라미’(주현영)이 이 제품을 발랐다. 한 뷰티업계 관계자는 “가히가 다른 브랜드보다 광고비를 많이 줬서 우영우 PPL이 성사된 것은 아니”라며 “이전에 에이스토리의 다른 드라마 PPL을 진행하기로 했는데, 예기치 못한 사정으로 불발 돼 계약금이 남아있었다. 우영우 인기가 높다 보니 가히도 덩달아 홍보 효과를 누리고 있다”고 귀띔했다.

◇시즌제·IP 확장으로 파급효과 ↑

우영우는 시즌제로 확장 시 사회·경제적 파급 효과가 더욱 커질 것으로 기대된다. 유인식 PD는 지난달 간담회에서 시즌2 제작 관련 아직 방송 중 반이어서 구체적으로 얘기한 건 없다면서도 “다들 ‘우영우 월드’에 애정을 가지고 있다”고 밝혔다. 종방을 앞두고 있는 만큼, 시즌2 제작을 긍정적으로

로 바라보고 있는 것으로 전해졌다. 일반적으로 범주·의학물은 장르물에



비해 시즌제로 만들기 쉬운 편이다. 대표적으로 유 PD 전작인 의학물 ‘낭만닥터 김사부’는 시즌 1·2(2016~2017·2020)까지 선보였고, 시즌3 제작 초읽기에 들어갔다. 우영우 역시 김사부처럼 실제 사건을 활용해 매회 에피소드 별로 전개했고, 시청자 중간 유입에도 유리하게 작용했다.

제2 ‘굿닥터’(2013)가 될 가능성도 높다. 한국드라마 굿닥터는 미국 ABC 채널이 리메이크 해 시즌5까지 나왔고, 전미 시청률 1위를 차지했다. 최근 시즌6 제작도 확정된 상태다. 자폐스펙트럼과 서번트 증후군을 지닌 천재 소아외과 의사 ‘박시온’(주원) 이야기를 다뤄 우영우와 닮은 점이 많다. 이미 우영우는 미국에서 리메이크 제안을 받고 검토 중이다. 여기에 우영우는 웹툰, 일러스트 등 IP를 다양한 장르로 확장해 부가가치도 극대화하고 있다. 에이스토리 관계자는 “웹툰 외에도 우영우 IP를 활용한 다양한 부가사업을 준비 중”이라며 “우영우 IP를 원소스 멀티유즈 콘텐츠로 확장하면 경제적 파급효과는 더욱 높아질 것”이라고 했다. 뉴스시

호남신문	i-honam.com	대표전화 (062) 229-6000
광주서구 운천로 213스카이랜드 309호		
회장·발행인·편집인 김 평 호 편집국장 직무대리 서 선 옥		
동부취재본부	전남 순천시 충효로 63 가동 2호	(061) 905-2011
서울취재본부	서울시 노원구 공릉로 62가길 16-1	(02) 2238-0003
기사계보 (062) 222-2580	광고직통 (062) 228-2580	팩스 (062) 222-5547
등록번호 광주가 00021 (일간) / 1946년 4월 창간 / 구독료 월 10,000원 1부 500원 인 쇄 (주)남도프린테크		
본지는 신문 윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다.		

호남신문 후원 및 회원제 시행합니다

결코 쉽지 않은 길이지만 저희가 개척하겠습니다.
지금보다 건전해질 수만 있다면 어렵지만 마다하지 않겠습니다.
외부로부터의 어떠한 압력이나 간섭에서도 자유롭기 위해서라면 당장의 손익에 급급해 하지 않겠습니다.

호남신문의 후원 및 회원제를 시행합니다.
액수의 많고 적음을 떠나 회원 여러분의 피와 땀이 배인 후원금을 소중히 접수하겠습니다.
후원금으로 광고의 일부를 대체해 광고주의 유무형 압력 등 편집권 침해로부터 탈피해 자유로운 제작이 이뤄질 수 있도록 할 것 입니다.
호남신문은 후원 및 회원제의 시행으로 왜곡되지 않은 정론을 펼치는데 지역언론의 선봉장 역할을 자임합니다.

전국 일간지 최초로 복지면을 할애해 사회적 약자와 취약계층의 권익향상에 힘쓰고 있는 호남신문은 후원회원제를 통해 보다 더 굳건하게 뿌리를 내릴 수 있도록 노력하겠습니다.
당장 눈에 띄는 획기적인 성과를 기대하겠습니까마는 한 걸음 한 걸음 내딛다보면 작은 내가 모여서 강을 이루듯 우리가 지향하는 목표점에 다다를 수 있지 않을까 합니다.
호남신문은 후원 회원들의 자발적 후원으로 운영되는 시스템을 차차 정착시켜 나갈 것입니다.
호남신문의 작지만 큰 변화의 몸부림에 시도민 여러분의 적극적인 동참을 기대합니다.

